

Intellectual

Property

文化创意企业
知识产权
能力研究

Research on
Intellectual Property
Capabilities of
Cultural and Creative
Enterprises

刘婧 —— 著

Cultural



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

刘 婧

四川成都人。管理学博士，西安建筑科技大学公共管理学院讲师，主要从事文化创意产业管理研究、知识产权与创新研究，先后在《研究发展与管理》《中国科技论坛》《软科学》《统计与决策》等期刊发表论文 20 余篇，主持省部级、厅局级及其他科研项目 4 项。

本书受到国家自然科学基金面上项目“文化产业集群与区域的协调发展机理和策略研究”（71573200/G313）与陕西省软科学一般项目“文化创意企业知识产权能力提升机制与政策研究”（2021KRM120）资助。

Intellectual

Property

文化创意企业
知识产权
能力研究

Research on
Intellectual Property
Capabilities of
Cultural and Creative
Enterprises

刘婧
——
著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

序

“十四五”时期是我国全面开启文化强国建设新征程的重要机遇期，也是文化产业迈入高质量发展阶段的加速转型期。其中，知识产权作为内容创新和科技创新的重要体现，成为推动文化创意企业持续创新的不竭动力和提升核心竞争力的战略资源。党的十八大以来，习近平总书记高度重视知识产权工作，对知识产权保护等工作提出许多重要要求。党的十九大报告明确提出了要“倡导创新文化，强化知识产权创造、保护、运用”。在此背景下，文化创意企业知识产权创造、保护、运用与管理的能力建设也随之提升到了前所未有的高度。随着“互联网+”时代下数字化革命的到来，文化创意企业目前面临着更加复杂多变的知识产权交易环境，企业的生产与发展不再依赖于单一的知识产权保护，而更加强调具备知识产权开发、转化、管理和再创造的综合性能力。

刘婧博士长期关注并致力于文化产业知识产权保护与创新、文化企业知识产权管理等领域的理论研究与实践探索。文化创意企业知识产权能力建设是她研究较为深入的一个问题。正是出于这样的考虑，本书以“文化创意企业知识产权能力研究”为选题，不局限于知识产权保护、运营活动等某一个方面的研究，而是从企业能力的视角，立足于整体性思维，将文化创意企业知识产权能力要素、测度、影响因素以及相互作用关系纳入理论研究之中，系统而深入地揭示知识产权能力在文化创意企业生产经营和创意价值增值活动中的运作规律及实现过程，探明文化创意企业知识产权能力形成和发展过程中关键影响因素和政策的作用效果，为深入研究文化

创意企业知识产权能力的内在规律奠定理论基础和参考依据。因此，无论是从理论层面还是实践层面，本书对于我国文化企业知识产权能力的研究都具有较高的价值。

本书数据翔实、视角新颖、内容丰富、思路清晰、逻辑性强，较为系统地阐述了文化创意企业知识产权能力建设这一重要的理论与现实问题，具有如下特点。

第一，综合研究的思想。文化创意企业知识产权能力研究是在仅注重专利能力建设的传统研究局限之中提出的，注重文化创意企业著作权、专利、商标等知识产权的创造、保护与运用，并与更广泛的制度环境、金融环境与文化资源禀赋联系在一起。这就要求对文化创意企业知识产权能力的研究从综合性视角出发，而综合性研究正是管理系统工程学科的优势。本书从文化创意企业知识产权活动的特征入手，遵循知识管理和创意价值实现的基本规律，从现象至规律、从实务操作至政策，层层递进，深入系统地研究了文化创意企业知识产权能力提升的过程、机制与路径。

第二，多学科交叉的研究方法。本书采用多学科交叉融合的研究方法对文化创意企业知识产权能力的形成与发展问题进行深入剖析，结合管理系统工程、经济学等学科，涉及多案例研究、数值模拟、计量模型分析等方法，综合考虑文化创意企业知识产权行为、创新效应与政策安排，将理论研究、实证研究与政策研究相统一，为文化创意企业知识产权能力研究提供了新思路。

第三，以文化创意企业为根本对象。不同于一般工业企业偏重技术创新和专利产出，文化创意企业是以内容创新和著作权为主，软创新的特征突出。因此，文化创意企业知识产权能力更多地受到著作权制度、地域创意资源、宏观文化产业区域政策等因素的影响与制约，与一般企业知识产权能力提升的内外部因素的作用方式、作用强度差异明显。本书选取文化创意企业为对象开展知识产权能力研究，具有显著的行业特色。

第四，理论与实践的紧密结合。本书首先从理论层面入手，提出以创意价值实现为导向、以企业能力理论为基础的文化创意企业知识产权能力理论框架。以此总体框架为指导，其后每一章节都以理论为先导，以陕西

省企业实际情况为依托，深入浅出地展示文化创意企业知识产权创造、保护、运用与管理各个方面的理论基础与实践案例。

诚然，文化创意企业知识产权活动是一个牵涉到方方面面的复杂问题，因此文化创意企业知识产权能力研究是一项复杂且困难的工作。本书力争凸显出现阶段文化创意企业知识产权工作的典型性。但同时还有进一步提升的空间，特别是研究有待深化和更加体现数字时代的特征。文化创意企业知识产权能力发展是以技术创新为载体、以内容创新为核心的，这一过程是在文化与科技融合、制度与市场共同驱动的文化产业转型与升级的框架内完成的。当前，文化产业数字化战略实施、文化新业态培育已经成为文化创意企业创新活动的重要内容，也为文化创意企业知识产权能力建设提出了新的要求，特别是在区块链技术应用、网络著作权保护等领域，期望可以在今后的研究中予以补充。



2022年3月23日于西安

前 言

知识产权是驱动文化创意企业创新的动力和保障，也是最具价值的智力产物和战略资源，通过知识产权创造、保护、运用和管理，可促进企业价值转化，进而带动文化创意产业创新乃至文化产业改革优化。为了进一步加快文化创意产业高质量发展的步伐，以知识产权激励企业自主创新并快速转化生产力的重要性凸显，而增强知识产权能力成为支撑文化创意企业持续创新和实现产业“由大变强”的关键。当前，不少文化创意企业面临内容原创力不足、维权本领弱、产权价值转化难、管理规范性欠缺等一系列亟待解决的问题，如何提升文化创意企业的知识产权能力，成为重要而现实的核心议题。

基于此，本书以“文化创意企业知识产权能力研究”为题，遵循“能力内涵及构成—能力测度—影响因素—作用机制—提升对策”的研究思路，综合运用文献研究、多案例研究、专家审议、问卷调查、统计分析和系统动力学等多种方法，较为系统地研究了文化创意企业知识产权能力的内涵、构成、特性、发展表征及测度体系，深入探讨了知识产权能力的影响因素及其动态效应，揭示了提升知识产权能力的现实路径，并提出了相应的对策建议，致力于为文化创意企业知识产权能力发展提供理论借鉴和经验指导。根据所研究问题，本书围绕以下四个方面展开研究。

(1) 文化创意企业知识产权能力的概念、构成及测度研究。首先，以企业能力理论和创意价值链理论为基础，界定了文化创意企业知识产权能力的概念，强调文化创意企业知识产权能力的本质是累积性的知识，且具

有不同于一般工业企业的独有特征，即创意价值的导向性。其次，借鉴知识管理理论，从创意价值实现的视角解析了文化创意企业知识产权能力的要素构成，并阐述了各个子能力的概念、维度及具体表征形式，为知识产权能力测度指标的构建奠定基础。鉴于文化创意企业知识产权能力测度指标的构建尚属尝试和探索阶段，在系统梳理现有指标的基础上，本书以多案例研究方法对备选指标进行事实呈现和资料印证，并经由专家小组审议修正测度体系和改进内容效度，最终确定了包括知识产权创造、保护、运用和管理四个能力构成方面共 15 个指标在内的测度体系。通过对上百家文化创意企业的实证研究发现，测度结果与现实情况较为相符，体现了知识产权能力测度体系具有一定的可行性、科学性和合理性。

(2) 文化创意企业知识产权能力的影响因素研究。首先，基于知识产权能力影响因素和创意价值链驱动因素的相关研究，构建了包括资源、能力和外部环境三个层面共 11 个影响因素在内的理论框架。其次，鉴于文化创意企业知识产权能力影响因素存在自身的特质，理论构建需要对现有研究框架有一定突破和发展，其有效性应该在现实世界中得到解释、评估和支持。因此，本书选取 12 家具有代表性的文化创意企业为研究对象，通过个案访谈的质性分析与事实资料的交互印证，对知识产权能力影响因素进行解释性验证，发现三个层面 11 个因素共 30 个维度得到数据支持，由此揭示了影响因素作用于知识产权能力的丰富细节，检验了影响因素理论框架应用于企业实践的合理性，并提出 3 个研究命题。再次，结合理论分析与实践检验提出研究假设，以上百家文化创意企业知识产权能力测度结果为被解释变量，运用多元回归分析方法开展更大范围的实证研究，从定量的角度探明了各影响因素的作用效应。结果表明：在企业资源层面，创意研发人才、高管的知识产权素质和创新投入对知识产权能力具有显著正向影响，关系网络具有正向且显著的促进作用。其中，创意研发人才和创新投入在资源层面因素中对企业知识产权能力的促进作用最大，反映出企业知识产权能力的发展在资源层面主要依靠创意研发人才和创新投入获得动力。在能力层面，组织学习能力对文化创意企业知识产权能力的影响效应显著且影响系数在能力层面因素中最大，平台能力和体验营销能力的正向

促进作用均具有显著性。同时，能力层面因素的边际贡献总体低于资源层面因素，由此说明调研企业整体还处于以资源投入驱动知识产权能力提升的时期。在外部环境层面，政府支持和文化地理禀赋也是影响知识产权能力的关键因素，而外部知识产权保护与金融发展具有正向但不显著的促进作用。

(3) 动态视角下文化创意企业知识产权能力影响因素的作用及能力优化路径研究。首先，借鉴知识价值链理论和创意价值链理论，构建了文化创意企业知识产权能力发挥的过程模型，并以知识产权能力测度体系及影响因素静态研究为基础，进行了知识产权能力的系统动力学分析。通过探究系统中的因果关系及循环反馈回路，发现通过提升文化创意企业知识产权战略规划水平、加大创新投入、强化知识产权制度内化与学习、注重外部知识产权获取能力、增加知识产权管理经费支出、重视平台建设和体验营销经验积累等，能够有效促进知识产权能力的发展，从而揭示了能力提升的路径。其次，构建了系统流图和动力学方程，进行了模型检验，分别对企业内部因素、外部因素、内部因素组合的作用进行了仿真实验。结果表明，第一，各影响因素的作用路径和效应有所不同。在内部变量方面，创意研发人才和创新投入能够显著促进知识产权创造和运用，进而对知识产权能力产生正向影响。而高管的知识产权素质、潜在人才可获得性能够加强企业知识产权管理和保护，正向推动知识产权能力建设。在外部变量方面，外部知识产权保护的促进作用主要体现在增强企业的知识产权保护与管理两方面。金融发展则通过促进企业知识产权的转化和运用，提升知识产权能力的整体水平。第二，各影响因素的组合效应具有相互增强作用。其中，创意研发人才和创新投入的因素组合、高管的知识产权素质和潜在人才可获得性的因素组合对知识产权能力的影响具有放大效应。第三，各影响因素的作用具有非线性特征。创意研发人才的累积效应是边际递增的，而创新投入的影响具有门槛效应。此外，创新投入和创意研发人才的组合效应对知识产权能力的作用存在临界规模。

(4) 文化创意企业知识产权能力提升的对策研究。基于知识产权能力测度、影响因素实证研究和动态作用机制的主要结论，分别从企业微观层

丨 文化创意企业知识产权能力研究 丨

面和宏观层面展开对策分析，建议形成企业、政府和社会三方主体联动协同格局，通过企业主动创新、政府政策引导和社会积极参与，共同推进文化创意企业知识产权能力建设，最终增强企业市场竞争力和实现文化创意产业高质量发展。

目 录

第一章 导论	1
一 文化创意企业知识产权能力提出的背景与意义	1
二 国内外相关文献回顾与述评	6
三 文化创意企业知识产权能力的研究内容与设计	17
四 本书的创新之处	20
第二章 理论基础与架构	23
一 企业能力理论	23
二 知识管理理论	28
三 知识价值链理论	33
四 创意价值链理论	37
五 文化创意企业知识产权能力理论架构	43
六 本章小结	56
第三章 文化创意企业知识产权能力的构成、特性及测度	58
一 文化创意企业知识产权能力的构成要素分析	58
二 文化创意企业知识产权能力的特性与发展表征	64
三 文化创意企业知识产权能力测度指标体系的构建及实证研究	68
四 结果与分析	89
五 本章小结	94

第四章 文化创意企业知识产权能力的影响因素	95
一 基于 12 家文化创意企业的个案分析	95
二 基于多元回归的影响因素实证研究	109
三 本章小结	127
第五章 基于 SD 的文化创意企业知识产权能力的作用机制	129
一 文化创意企业知识产权能力的系统特性	129
二 文化创意企业知识产权能力的系统动力学建模	130
三 模型检验	150
四 仿真实验与结果分析	153
五 本章小结	170
第六章 研究结论与对策建议	171
一 研究结论	171
二 文化创意企业知识产权能力提升的对策	175
三 未来展望	181
参考文献	183
后 记	203

第一章

导论

过去30年来，文化创意产业通过降低能耗、创造财富与保护文化多样性，在全球产业升级、促进经济新增长和提升国家文化软实力中发挥着巨大的作用。在中国，自2009年《文化产业振兴规划》明确提出发展文化产业这一战略目标以来，相关政策频频出台，以激励文化创意产业高速发展。然而，近年来文化创意产业增加值呈大幅下降趋势，反映出文化创意产业的壮大与繁荣在很大程度上是源于政府政策的红利释放，而非创新驱动。为了实现产业增长方式的转变，亟须激励文化创意企业进行创新，以创新提升产业影响力和促进可持续发展。为此，党的十九大报告提出，要以企业创新提升文化产业效益和促进产业兴盛。如何增强文化创意企业的创新活力和推动产业升级再造，成为文化创意产业健康发展迫切需要解决的问题，而提升文化创意企业知识产权能力是驱动创新和实现产业“由大变强”的关键。

一 文化创意企业知识产权能力提出的背景与意义

（一）现实背景

作为文化创意企业的根本和创新活动的核心要素，知识产权不仅为企业的创造力解放提供了法权保障和激励，也是企业开展授权交易、跨界合作和市场营销的重要依托。知识产权的开发、保护、消费和合理管理，可创造社会效益和经济效益。正因如此，创意产业之父约翰·霍金斯

(Howkins, 2001)指出,知识产权(Intellectual Property, IP)是文化创意产业发展的基础和根本。2014年,国务院紧密围绕知识产权强国战略和文化发展改革规划,颁布了《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》,要求通过加强知识产权运用和保护、活跃知识产权交易、加强知识产权管理能力建设等措施,提升企业知识产权综合能力,进而推动文化创意企业创新。

在此背景下,不少文化创意企业开始重视知识产权能力的培育,作品自愿登记数创历史新高,知识产权与资本、金融工具的联合运作更为频繁,版权合同审核备案数、知识产权境外输出成果突出,知识产权交易日益活跃,尤其是在互联网基因的强力注入和新媒体融合的驱动下,信息化改造和数字出版提升了知识产权运营的潜在价值。然而,尽管当前文化创意企业的知识产权能力整体得到较大的提升,但是与以美国和日本为代表的发达国家相比,仍普遍存在量大质低、受侵权后维权难、市场占有率低和知识产权管理规范性不足等问题,具体表现在以下四个方面。

一是文化原创力薄弱、科文融合度低。我国文化创意企业的规模普遍较小且多数停留于低端仿制和代加工层面,缺乏对本土文化、特色文化和传统文化独具匠心的原创性构思,导致知识产权产品(服务)的文化内核空洞和创意空泛化严重,同质化竞争激烈。以动漫企业为例,根据《中国动漫产业发展报告》《中国文化文物统计年鉴》的数据,由于IP创作内容单一和长期局限于“低龄化”受众人群,2013~2015年多数地区的产值增长率大幅下降,北京、上海、江苏等发达地区企业的整体利润总额为负。此外,科技与文化、科技与内容的融合程度低也是当前文化创意企业知识产权创造面临的主要瓶颈。一直以来,我国文化创意产品缺乏高科技含量和丰富的内容表现手段,造成国内市场份额和海外出口额长期遭受国际知名IP和先进工业技术的严重挤压,不少地区的企业相继出现利润低下的现象。

二是知识产权维权本领弱、手段少。当前,文化创意企业知识产权侵权案件数量大幅上升,促使更多的企业开始注重知识产权保护在创作、复制、传播、消费过程中的重要作用。然而,不少企业对知识产权这一舶来

品仍然缺乏系统的学习，对知识产权保护和维权操作细则不甚了解，造成知识产权无偿流失事件频频发生。特别是以互联网为代表的技术进步催生了大量涉及新业态、新商业模式的知识产权纠纷，企业屡屡遭受控诉而损失巨大。这表明，知识产权保护问题已经成为文化创意企业实现创新转化和紧跟技术潮流的主要挑战之一。

三是知识产权运营缺乏成熟的商业模式、专业的品牌营销和多元的融资手段。首先，我国文化创意产业正处于文化体制改革的特殊时期，许多企业尤其是国有企业的知识产权运作尚未完全遵循市场规律，成熟的商业模式也未形成，影响了市场化收益。特别是互联网时代下以互动传播为主的创意扩散方式要求企业不断补充和再造新的商业要素（如社群、平台）以分享连接红利，但是诸多企业由于资金不足和产品单一，依然停留于一次性售卖的商业模式，无法转向内容的深度挖掘、长线衍生和跨界合作，难以适应互联网传播特征和市场需求，导致 IP 运营缺少用户黏性和流量吸引力，不易获得可持续的经济效益。其次，品牌营销欠缺专业性也是 IP 商业化面临的问题之一。例如，在图书出版、影视发行、文化旅游行业类企业中，品牌体验、设计手段和互动策略方面普遍较为落后，仍然依赖传统渠道和人海战术进行市场推广。还有一些企业营销手段不当，导致品牌价值遭受“滑铁卢”。最后，IP 质押融资手段少、规模小、成本高，资本化程度总体偏低。一些融资新模式，如运营基金、质押众筹、证券化和共享经济等，未能引入企业 IP 资本化之中，阻碍了大众金融和小额资金的低门槛参与，造成企业面临严峻的资金周转问题，IP 融资数量少和外源融资比重低已经成为普遍现象。

四是知识产权管理缺乏系统的战略规划和科学的制度设计。自 2015 年推行《企业知识产权管理规范》以来，知识产权管理被视为文化创意企业管理体系的重要内容。然而，不少文化创意企业尚未形成完善的知识产权管理规划、制度体系和组织文化，经营知识产权的意识尚未形成，造成知识产权工作整体上欠缺战略性和导向性，难以保障知识产权管理模式的科学运行。目前，文化创意企业知识产权管理模式大多呈现制度性薄弱、组织体系化缺失的态势，无法保障知识产权资源的有效配置及协同布局，直

接影响企业维权和用权的能力。

综上所述，尽管国家和地区纷纷出台政策以促进文化创意企业知识产权能力的提升，但总体来看，做到灵活运用知识产权取胜的企业为数不多。此外，知识产权能力是一种整体和综合的能力，企业较多关注知识产权的创造和保护，而在运营和管理方面显得乏力，导致知识产权得不到有序经营，与资本和企业战略目标难以协同运作，造成市场份额占有不足、品牌市值较低、海外开拓受阻等问题，创新活动陷于困境。因此，如何帮助、支持具备一定条件的企业系统性地培育和发展知识产权能力，成为驱动企业创新和获取竞争优势的新任务、新工作。

（二）理论背景

目前，学界对企业知识产权能力的探讨升温，但在以下三个方面仍然存在不足。在研究对象上，以一般性的工业企业为主，对服务经济和创意时代下涌现的文化创意产业这一新兴战略产业关注甚少，理论指导具有一定的滞后性。在研究内容上，文化创意领域知识产权相关文献大多从法学、产业经济学和文化产业管理角度分析外部知识产权环境对文化创意产业（企业）创新的适用性问题（董凤华等，2012），以及零星地围绕文化创意企业知识产权活动的突出问题及成因进行剖析，鲜有从能力视角进行的全面而系统的研究，以“文化创意企业知识产权能力”为主题的文献更是乏善可陈，这说明知识产权能力研究在文化创意领域才刚刚起步，尚存较大的研究空间。同时，现有文献对知识产权能力缺乏深入的学理性提炼，存在内涵认识不一、范围狭窄、研究角度与构建思路各异等问题，削弱了理论框架的系统性和全面性。在研究方法上，综合性和交叉论证仍然薄弱。理论研究与实践分析、静态研究与动态研究相结合的研究方法较为少见，使得研究结论欠缺说服力。此外，文化创意企业知识产权行为具有不同于传统工业企业的独特性，主要表现在四个方面：第一，知识产权产出形式不同，文化创意企业的知识产权行为更加强调依附于硬件载体的内容创新；第二，知识产权保护方式不同，《著作权法》是文化创意企业法律维权的重要依据；第三，知识产权运作模式不同，文化创意企业的知识产权行为注重 IP 分割衍生，强调一次生成和多次交易的运营特点；第四，

知识产权管理方式有所差别，与工业企业研发、制造、流通和营销环节彼此分离不同，文化创意企业更加注重知识产权在生产经营全过程中的有序协调与系统规划。由此可见，文化创意企业的知识产权能力表征及其行为过程存在自身的特殊性，不能简单复制或照搬现有的知识产权能力研究，应该在科学把握其内涵、本质及特征的基础上展开深入分析，以响应创新驱动战略，促进文化创意产业繁荣发展。

（三）研究意义

在理论层面，本书具有以下三方面意义。第一，拓展和深化了知识产权能力理论。本书围绕“如何提升文化创意企业知识产权能力”这一核心议题展开探讨，既是对文化创意领域相关理论的发展，也是将知识产权能力理论细化和延伸至文化创意领域，有助于形成新的理论认知，进一步丰富和完善现有的知识产权能力研究。第二，弥补了文化创意企业知识产权能力内涵、构成及测度研究的不足。本书对文化创意企业知识产权能力的内涵和构成要素进行界定和学理性剖析，以此为基础构建知识产权能力测度指标体系并开展实证研究，为科学把握知识产权能力的整体现状提供了量化工具，也拓展了现有知识产权能力理论的研究范围和深度。第三，为明晰文化创意企业知识产权能力的影响因素及其动态作用机制奠定了理论基础。本书基于文化创意企业知识产权能力影响因素的研究框架，通过案例分析和定量研究揭示了知识产权能力的影响因素及静态效应。进一步地，从系统视角分析了影响因素与知识产权能力之间的结构关系和传递路径，探寻知识产权能力的动态作用规律，弥补了现有研究的不足，克服了长期以来学界研究视角单一、孤立所造成的局限性，有助于深化知识产权能力动态作用机制研究和形成新的理论认知。

在现实层面，本书具有以下两方面意义。第一，为文化创意企业知识产权能力培育提供路径指导和实践借鉴。通过开展文化创意企业知识产权能力测度研究，能够明晰企业知识产权能力建设存在的优势与不足，从而更有针对性地消除障碍和发现潜在机遇。同时，研究文化创意企业知识产权能力影响因素的静态效应及动态作用机制，有助于较为充分地把握知识产权能力提升的关键因素和实施途径。将上述研究中的抽象变量和结论具



更多法律电子书尽在 docsriver.com 商家巨力书店

体到文化创意企业知识产权能力提升的实际操作层面，可从微观视角提供较为全面和系统的对策建议。第二，为政府行为和知识产权政策制定提供决策参考和可行的行动方案。研究文化创意企业的知识产权能力现状和优化路径，能够为文化创意产业管理部门、知识产权局等政府部门开展知识产权管理工作、制定产业发展规划以及落实创新驱动战略等提供决策参考和抓手。从微观到宏观，层层梳理行动方案和操作指导，有助于形成较为系统的知识产权能力管理机制，积极引导企业和政府共同努力和探索。

二 国内外相关文献回顾与述评

当前，知识产权能力研究的热度持续上升。现有研究运用共引计量方法分析了过去 30 年来发表在五大知识产权权威期刊的文献，发现近 10 年来关注重点由早期的法权防御、资产资源向战略管理和能力发展方向转移，知识产权能力研究快速发展（Bo Wang et al. , 2015）。在中国，知识产权能力这一概念于 2002 年由国家知识产权局局长王景川在《加快知识产权能力建设和发展核心竞争力》一文中首次提出，引起了诸多学者的关注并形成了一些有价值的理论成果。由此表明，知识产权能力研究作为新兴领域得到国内外学界的普遍重视。尽管如此，知识产权能力研究仍然是零散和非系统性的。正如一些学者所指出的，90% 的知识产权文献集中在宏观层面而非微观企业，而企业知识产权能力研究轨迹总体上缺乏清晰度（Martin, G. et al. , 2017; Bo Wang et al. , 2015; Gibb, Y. K. et al. , 2012）。因此，应该加强对知识产权能力发展过程和机制的理解，完善该领域的知识结构。本书围绕国内外知识产权能力研究领域的核心议题、基本结论和未来趋势进行系统的梳理和述评，归纳总结了文化创意企业知识产权能力研究存在的不足和薄弱环节，明确理论拓展空间和进一步研究的方向。

（一）知识产权能力研究的源起

知识产权能力研究的理论渊源可以追溯到 Teece（1998）关于知识独占性与企业竞争力的关系研究，该研究揭示了企业能够借助专利、商标及